Revista Ciências Sociais em Perspectiva – v. 21, n. 41 – 2º Sem. 2022

Descobrindo a Cultura Turística e Alimentar do Oeste Paulista

ANA LUISA GRANADO POTINATTI ALVES, GUSTAVO YUHO ENDO, JULIA BERGAMASCHI CURTINOVIS, MARCO ANTONIO CATUSSI PASCHOALOTTO, e YANNICK NOAH VENTURA*

Resumo: A região do Oeste Paulista possui potencial turístico e alimentar. Apesar disso, há um difícil alinhamento entre os municípios da região, de forma a não desfrutar de todo esse potencial. Visando suprir essa lacuna no mercado e na academia, esse estudo tem como principal objetivo elencar os principais potenciais turísticos e suas redes de colaboração da região do Oeste Paulista. Para atingir o objetivo desejado, o estudo utilizou da revisão bibliográfica da área de desenvolvimento gastronômico regional e levantamento documental dos principais relatórios técnicos. Além disso, foram realizadas 6 entrevistas com *experts* da cultural e gastronômica da região. Os resultados demonstraram que: a) os principais potenciais turísticos e gastronômicos do Oeste Paulista estão vinculados aos rios que as perpassam; b) a gastronomia turística também é influenciada pelo potencial agropecuário regional, com destaque para a carne bovina e a batata doce; c) não há um consenso entre as principais ações que devem ser tomadas para fomentar a cultura turística e alimentar do Oeste Paulista; d) há um baixo conhecimento sobre produções agrícolas alternativas e com representativa estadual e nacional, como cogumelo e macadâmias. Por fim, o estudo desenvolvido abre espaço para novas pesquisas na área gastronômica e turística, com foco no desenvolvimento regional.

Palavras-chaves: Gastronomia. Desenvolvimento regional. Políticas Públicas. Turismo. Cultura.

Discovering the Tourist and Food Culture of Western São Paulo

*Ana Luisa Granado Potinatti Alvez é graduada em Gastronomia pela Universidade do Oeste Paulista (UNOESTE). Gustavo Yuho Endo é professor na Business School (Unoeste e doutorando em Engenharia de Produção/UTFPR. Julia Bergamaschi Curtinovis é graduada em Gastronomia pela Universidade do Oeste Paulista (UNOESTE). Marco Antonio Catussi Paschoalotto é pós-doutorando em Administração Pública e Governo pela Escola de Administração de Empresas de São Paulo da Fundação Getúlio Vargas (FGV EAESP) e Fellow pela David Rockefeller Center for Latin American Studies, Harvard University, além de doutor e Mestre em Administração de Organizações pela Universidade de São Paulo (USP - FEA/RP), com estágio pós-doutoral em Economia da Saúde pela NOVA School of Business and Economics (Portugal). Yannick Noah Ventura é Graduado em Gastronomia e Especialista em Gastronomia Brasileira pela Universidade do Oeste Paulista (UNOESTE).

Endereço: gustavo_endo@yahoo.com.br

DOI: 10.48075/revistacsp.v21i41.28621

Abstract: The western region of São Paulo has tourism and food potential. Despite this, there is a difficult alignment between the municipalities in the region, in order not to enjoy all this potential. Aiming to fill this gap in the market and in academia, this study has as its main objective to list the main tourist potentials and their collaboration networks in the western region of São Paulo. To achieve the desired objective, the study used a literature review in the area of regional gastronomic development and a documental survey of the main technical reports. In addition, 6 interviews were conducted with cultural and gastronomic experts in the region. The results showed that: a) the main tourist and gastronomic potential of the West of São Paulo are linked to the rivers that run through them; b) tourist gastronomy is also influenced by the regional agricultural potential, with emphasis on beef and sweet potatoes; c) there is no consensus between the main actions that should be taken to promote the tourist and food culture of the West of São Paulo; d) there is little knowledge about alternative agricultural productions and with state and national representatives, such as mushrooms and macadamias. Finally, the study developed opens space for new research in the gastronomic and tourist area, with a focus on regional development.

Keywords: Gastronomy. Regional development. Public policy. Turism. Culture.

Recebido em: 20/11/2021 **– Aprovação:** 05/12/2022

1 INTRODUÇÃO

A ideia do turismo como potencial para desenvolvimento econômico e social no Brasil e tem crescido nas últimas décadas e seus resultados tem sido inspiração para novas ações e investimentos do governo federal e dos governos estaduais. No Brasil, o plano de desenvolvimento de um projeto de implementação é o principal instrumento no âmbito do turismo gastronômico. Ainda assim, analisando os casos supracitados, algumas considerações podem ser traçadas.

A identidade de um produto é um patrimônio cultural valioso (RUSCHEL, 2019) de maneira que o alimento ou grão que é produzido no local, fortalece essa identidade para o turista. Não só isso, é preciso um comprometimento diário e habitual em se reproduzir o produto de característica local para que ele se difunda mais, devendo ser valorizado pelos próprios residentes (MEDEIROS; CUNHA; PASSADOR, 2018). Os moradores locais têm que ter orgulho do produto e fazê-lo sempre em suas características.

A partir da ação dos agentes locais, tem-se o estímulo dos turistas para o consumo do produto que é claramente regional e consequente desenvolvimento econômico, trazendo reconhecimento, publicidade e incentivo ao ciclo. Da mesma maneira, a união do turismo com o comércio, transporte, hotelaria e gastronomia, possibilita o desenvolvimento de uma cultura

local forte, que engaja todos em prol de um benefício comum (MEDEIROS; CUNHA; PASSADOR, 2018).

No caso do Oeste Paulista, no Estado de São Paulo, essa situação é ainda mais importante. Com essa perspectiva, pode-se chegar à seguinte problemática: “Como o turismo gastronômico está se desenvolvendo no Oeste Paulista?”. Para responder ao questionamento anterior, o projeto de pesquisa tem como objetivo geral analisar a cultura gastronômica e turística do Oeste Paulista. Como objetivos específicos, pretende-se: levantar os principais estudos científicos sobre turismo gastronômico no Brasil e descrever os principais achados sobre potenciais e problemas do turismo gastronômico da região do Oeste Paulista.

Este estudo se justifica na região do Oeste Paulista, que possui Presidente Prudente como sede regional, e está localizada em uma região com alto potencial turístico e alimentar, com belezas naturais e comidas típicas, ligadas aos grandes rios e ao setor agropecuário. Apesar disso, há um difícil alinhamento entre os municípios da região e suas potencialidades no setor turístico alimentar, de forma a não desfrutar de todo esse potencial.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O turismo hoje em dia não é mais visto apenas como um fenômeno social, mas como uma das atividades econômicas do mundo que mais cresce. A geração de renda e de empregos, a movimentação de viajantes e os recursos que essas pessoas levam para um lugar, são apenas alguns dos indicadores da força que esse setor possui. Portanto, algo que vem chamando a atenção da comunidade acadêmica e dos criadores de políticas públicas é o impacto das ações desses turistas nas vidas das pessoas, seja pelo lado positivo na geração de empregos, no aumento do comércio e serviços, nos investimentos em equipamentos, infraestruturas e atrativos turísticos; ou no lado negativo, como os impactos ambientais, vassalagem das populações locais às empresas da área, o aumento excessivo do preço da terra e de produtos nos lugares que recebem turistas, entre outros. O turismo então passou a integrar totalmente a vida das pessoas, com sua permanente expansão por ser uma maneira rápida de aumento do capital e de consumismo nos lugares em que pode ser encontrado, seja em grandes ou pequenas cidades ou nas áreas do campo (MEDEIROS; PASSADOR, 2015).

As políticas públicas desse setor são todas muito novas, por conta da recente visão e interesse nessa área como opção para o desenvolvimento econômico. No Brasil, a primeira iniciativa federal de Turismo ocorreu em 1966, com a criação da EMBRATUR e o Conselho Nacional de Turismo. Com essa perspectiva, a EMBRATUR era responsável pela direção e

execução das atividades, enquanto o conselho tomava conta das atividades regimentais e normativas (BRASIL, 1966).

Posteriormente, em 1991 promulga-se a Lei n. 8.181/91, com uma maior gama de políticas federais para o turismo, e é formada por um conjunto normas para o desenvolvimento em território nacional (FERNANDES, 2007). Além disso, a EMBRATUR é reformulada e passa-se a chamar Instituto Brasileiro de Turismo, com poderes de autarquia especial.

Outra política pública de turismo importante que foi criada na década de 1990, foi o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT), que surgiu em 1994. A criação do PNMT tinha como metas a promoção e treinamento de monitores de forma descentralizada, com o objetivo de ressaltar o turismo como um setor que gera renda e novos empregos, de forma sustentável (BRASIL, 2001).

Posteriormente nos anos 2000, o Plano Nacional de Turismo 2003-2007 reforça a dimensão do turismo no processo de avanço de um país e não depende só da utilização ou não dos recursos naturais e culturais de um país. É necessário planejar e gerir o turismo em cenário nacional para que possa proporcionar melhores condições socioeconômicas para a população. Em seguida, na reeleição do governo Lula, o PNT expande-se para um cenário de regionalização, com a potencialização do Ministério do Turismo e seus programas (BRASIL, 2013).

Conjuntamente ao processo de regionalizar o turismo, o Brasil passa a ser um polo ainda maior de atração turística mundial com a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Olímpicos em 2016. No entanto, são gastos ainda muito questionados pelo povo brasileiro, pois, além de terem valores finais muito acima dos orçamentos iniciais, eles foram direcionados a impactos momentâneos para a realização dos eventos, com apenas algumas obras de mobilidade, que poderiam potencializar o turismo nacional a posteriori. Apesar da evolução das políticas públicas de turismo no Brasil, os desafios regionais e locais ainda são muito grandes para seu desenvolvimento. Acredita-se que somente com uma grande participação da sociedade, através de uma mobilização social entre diferentes atores, o turismo poderia alcançar um maior desenvolvimento e contribuir com melhoria das condições de trabalho e renda da população brasileira (CANDIOTTO; BONETTI, 2015).

Conforme observado no tópico anterior, o turismo é uma das atividades econômicas mais relevantes que existem, ocupando significativo espaço na economia de qualquer país ou região, tanto por ser importante elemento de desenvolvimento local, quanto por ser fato gerador de ocupação e renda.

Dentro desse segmento, a alimentação surge como um atrativo complementar ou principal, que difere da simples oferta para suprir uma demanda que o turista ou residente tem por alimento, e passa a ocupar um espaço de protagonismo em cima de alicerces culturais muito ricos. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007)

Isso quer dizer que a alimentação passa a ser entendida dentro de um contexto geográfico, religioso, artístico, formada por hábitos, herança, prazer da degustação e conhecimento da culinária (FAGLIARI, 2005). Tratando do Brasil, esse aspecto tem grande relevância em razão da sua origem, um encontro das culturas portuguesa, africana e indígena, além de influências imigratórias (CASCUDO, 2004), o que junto com a extensão continental do país e os próprios ciclos econômicos como o da mineração e o do café, cria uma gastronomia rica em diversidade, e por esses elementos, é possível entendê-la como um elo importante a ser explorado pelo segmento turístico de uma região (MEDEIROS; PASSADOR, 2015).

Em Minas Gerais por exemplo, associada ao ciclo do ouro, iniciou-se a produção queijeira no decorrer do século XVII. Com a queda da exploração, a atividade do queijo ganhou mais força e autonomia econômica para substituir e competir com as atividades da época (PIRES, 2013). Um dos exemplos desse processo é o Queijo Minas Artesanal do Serro, que já recebeu diferentes títulos nacionais e internacionais, além de conseguir ser registrado como indicação geográfica (INPI 2019).

Da mesma maneira, a região do Cerrado Mineiro completou em 2015 quarenta e cinco anos na cafeicultura. Com uma atuação cooperativista, foi criada a marca Café do Cerrado que se tornou “Região do Cerrado Mineiro”, a qual em exponencial crescimento conquistou em 2005 a 1ª Indicação de Procedência para o Café no Brasil e em 2013 a 1ª Denominação de Origem para o Café no país. Com esse crescimento, em 2015 a Região do Cerrado Mineiro desenvolveu o Plano de Desenvolvimento, Sustentabilidade e Promoção da Região do Cerrado Mineiro 15/20 com onze objetivos, sendo um deles a estruturação de um Plano de Turismo de Negócios para a Região com vistas a atrair visitantes, bem como ao desenvolvimento local (FCC – Federação dos Cafeicultores do Cerrado).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O tipo de pesquisa utilizado se trata da exploratória, sendo essa recorrente do estudo aprofundado de um assunto cujo mesmo possui poucos dados disponíveis para construção de hipóteses (COOPER; SCHINDLER, 2006). Além disso tem uma abordagem qualitativa, ao buscar significado aos dados trabalhados e explicar seus fenômenos (TRIVIÑOS, 1987).

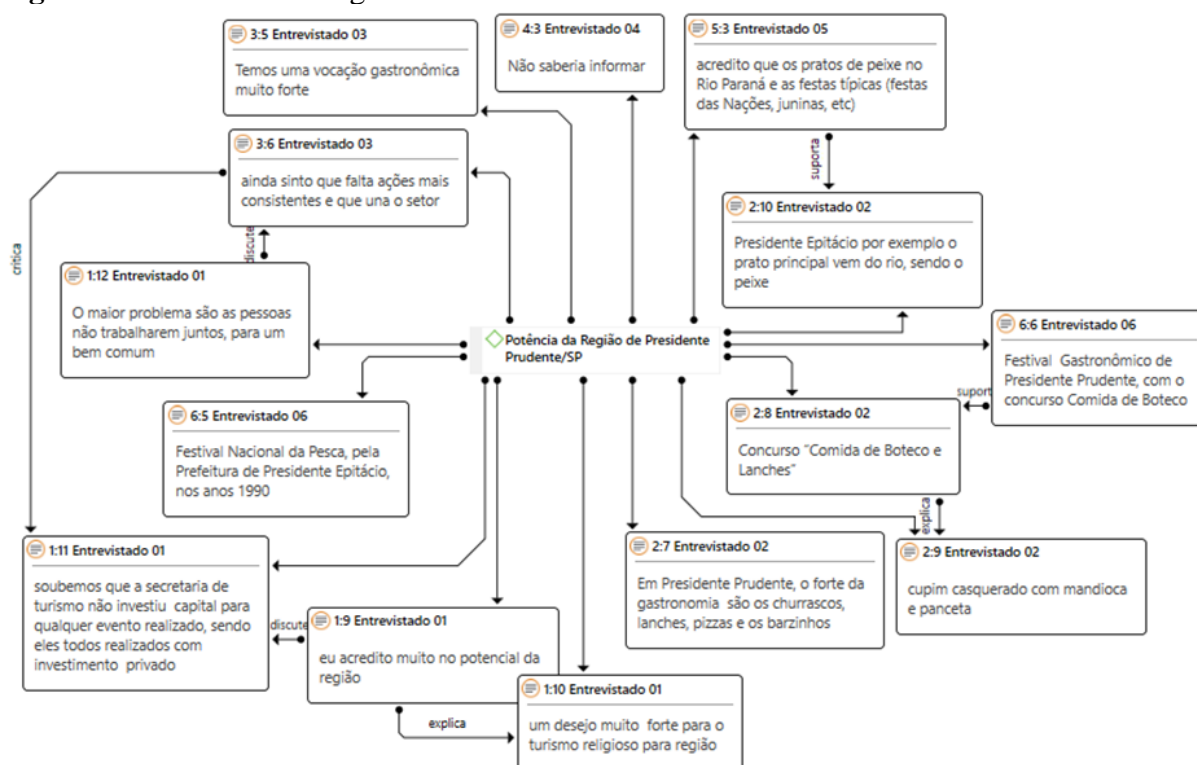
Para a coleta de dados utilizou-se do instrumento da pesquisa bibliográfica e levantamento documental para os dados secundários, que abrange a bibliografia e os relatórios técnicos publicados sobre o tema a ser estudado, com a finalidade de solucionar o problema em questão (LAKATOS; MARCONI, 2001). Também se utilizou de entrevistas semiestruturadas com 6 experts da região do Oeste Paulista, estando esses envolvidos com a temática gastronômica, turística e cultural nos últimos 10 anos na região. As entrevistas semiestruturadas tiveram como apoio um roteiro de entrevistas aberto criado a partir da literatura levantada neste trabalho.

Para analisar os dados coletados pode-se usar da análise de conteúdo para aprofundar as discussões qualitativas sobre os estudos levantados e suas interações com a agenda de pesquisa desenvolvida (BARDIN, 2011). Esse tipo de análise irá propor uma análise categorizada dos dados para posterior cruzamento entre os conteúdos encontrados na bibliografia e nos relatórios técnicos. Como suporte a análise de conteúdo, o *Software Atlas/TI* foi utilizado para criar as relações e transformar em forma visual as análises.

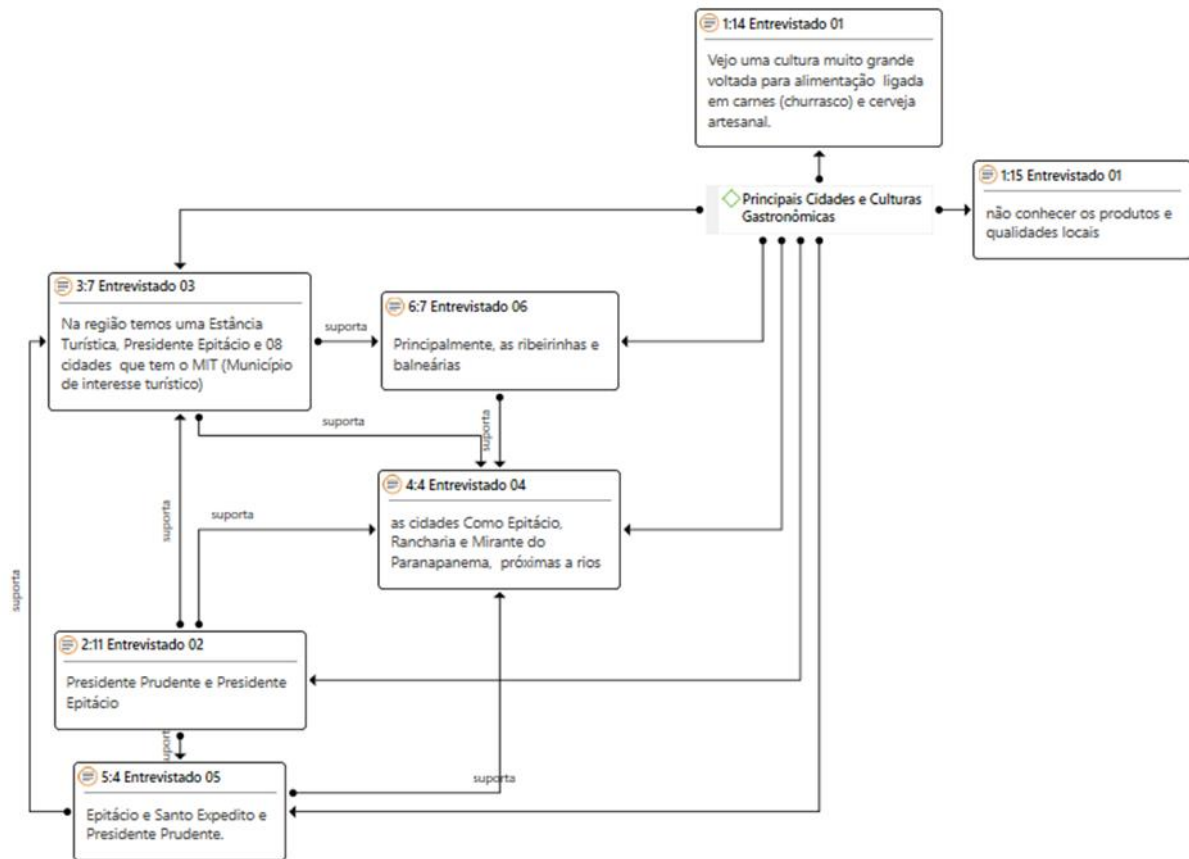
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para melhor compreender os resultados e discussões deste trabalho, eles estarão divididos junto as figuras criadas para análise.

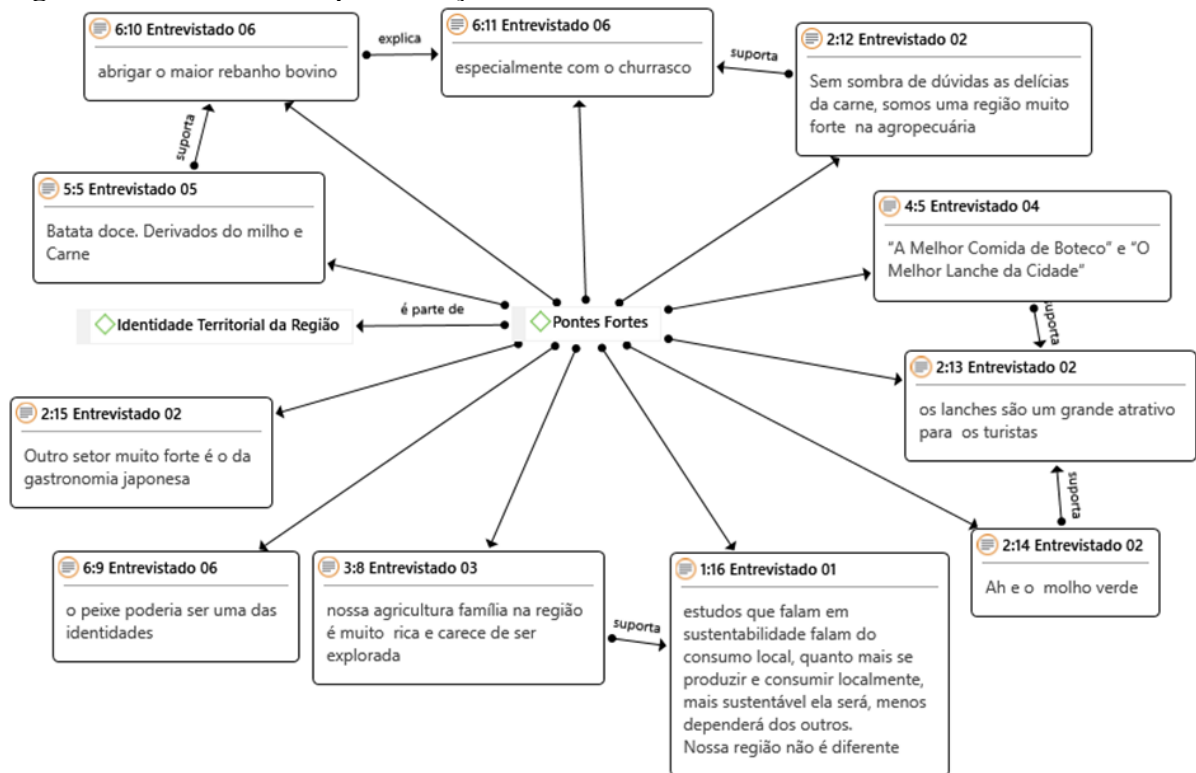
Conforme pode ser observado na figura 1, os 6 entrevistados divergem quanto ao potencial da região de Presidente Prudente/SP no turismo gastronômico, refletindo diferentes iniciativas que foram realizadas, como: Festival Nacional da Pesca (Presidente Epitácio) e o Concurso “Comida de Boteco”. Dessa forma, o que se pode analisar é uma variedade de potenciais, mas principalmente ligados aos grandes rios que passam pela região e aos comércios locais, sem uma grande organização da sociedade civil ou dos órgãos públicos para o aproveitamento regional desse potencial, contrariando os argumentos de Candiotto e Bonetti (2015).

Figura 1 – Potencial da Região de Presidente Prudente/SP

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Logo em seguida, a figura 2 ressalta dois pontos importantes sobre o potencial das cidades na cultura gastronômica do Oeste Paulista: as cidades ribeirinhas que contam com balneários para banho, atraindo turistas para eles; e uma cultura gastronômica voltada para a pecuária, como churrasco e cervejas artesanais. Esses resultados vão contra aos pontos elencados por Medeiros, Cunha e Passador (2018), ao passo de não gerar uma cadeia regional de atividades turísticas e gastronômicas entre os municípios. Nesse caso, ao contrário, atuando de forma isolada e municipal.

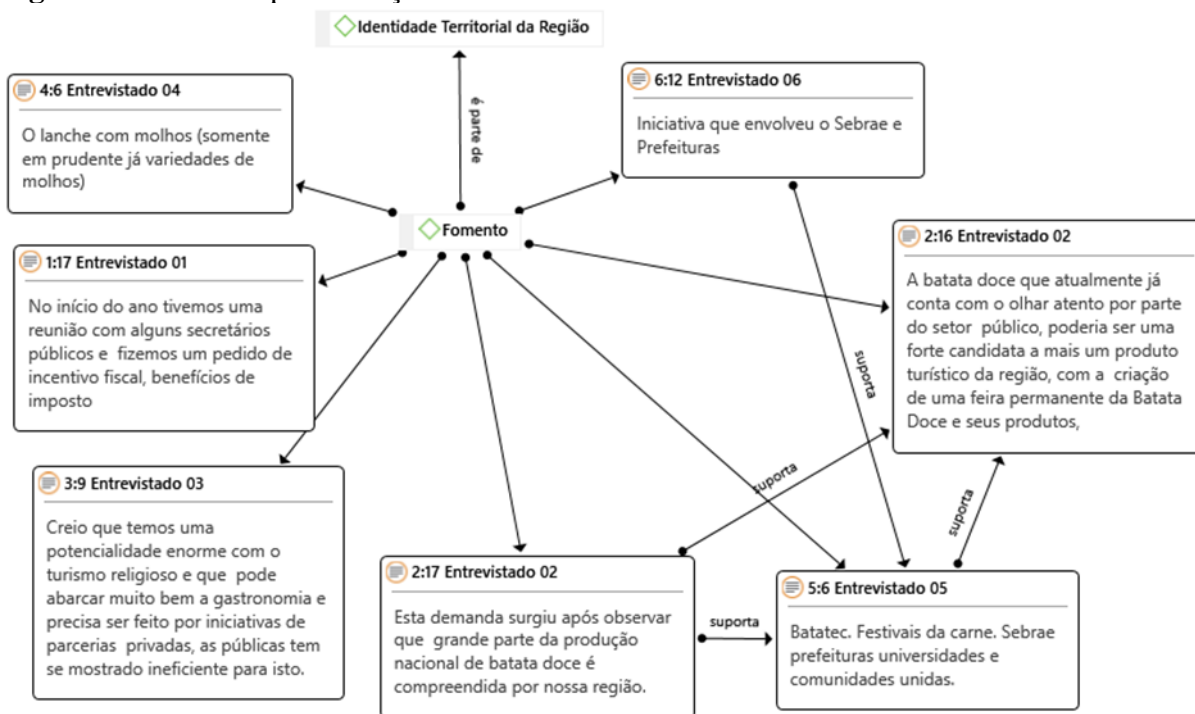
Figura 2 – Principais Cidades e Culturas Gastronômicas

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Passando para a análise dos pontos fortes do Oeste Paulista (Figura 3) para uma possível criação de identidade territorial, novamente pode-se encontrar a agropecuária, com forte carne bovina, seguido dos lanches e realização de churrascos. Ou seja, pode-se enxergar iniciativas isoladas como churrascos e a agropecuária, sem ter uma organização regional para criação de uma identidade territorial ou geográfica (MEDEIROS; PASSADOR, 2015).

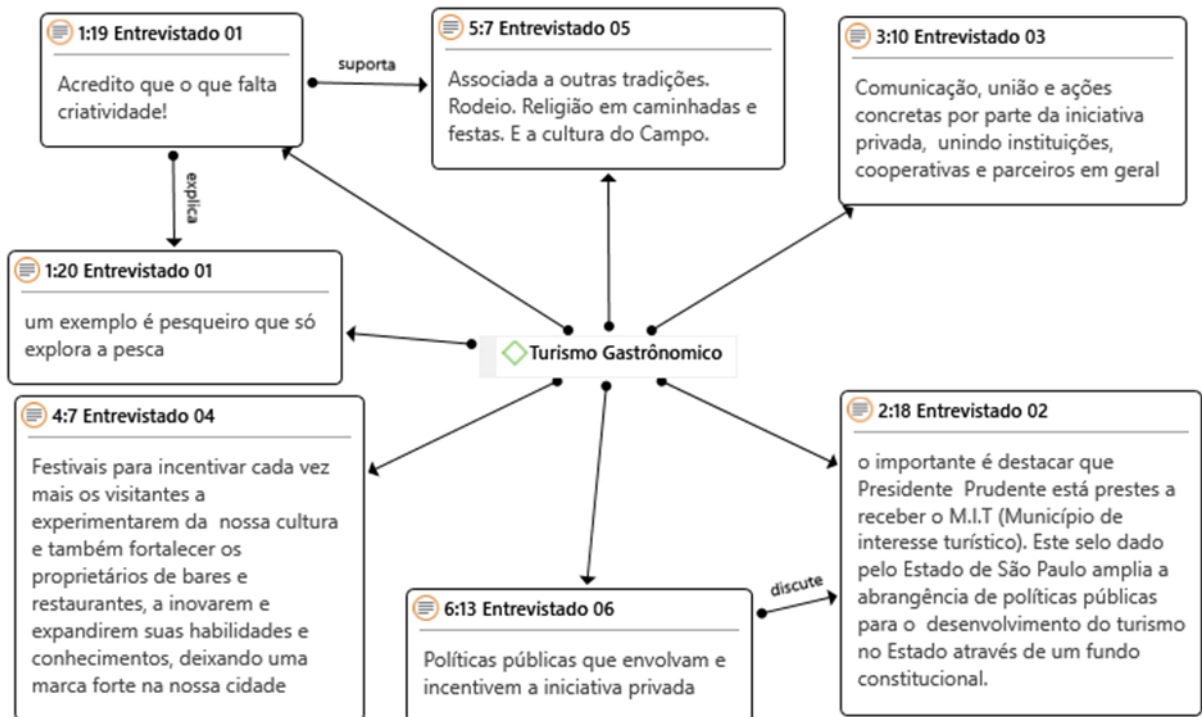
Figura 3 – Pontos Fortes para Criação da Identidade Territorial

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Além dos pontos fortes discutidos anteriormente, é importante compreender o fomento que existe, ou não, no Oeste Paulista para criação da identidade territorial. Nesse sentido, a figura 4 traz alguns desses fomentos, como: a realização do Batatec, que conseguiu agrupar diferentes organizações e municípios; e um possível aproveitamento do turismo religioso. Além disso, iniciativas isoladas com secretários municipais e o SEBRAE também foram citadas.

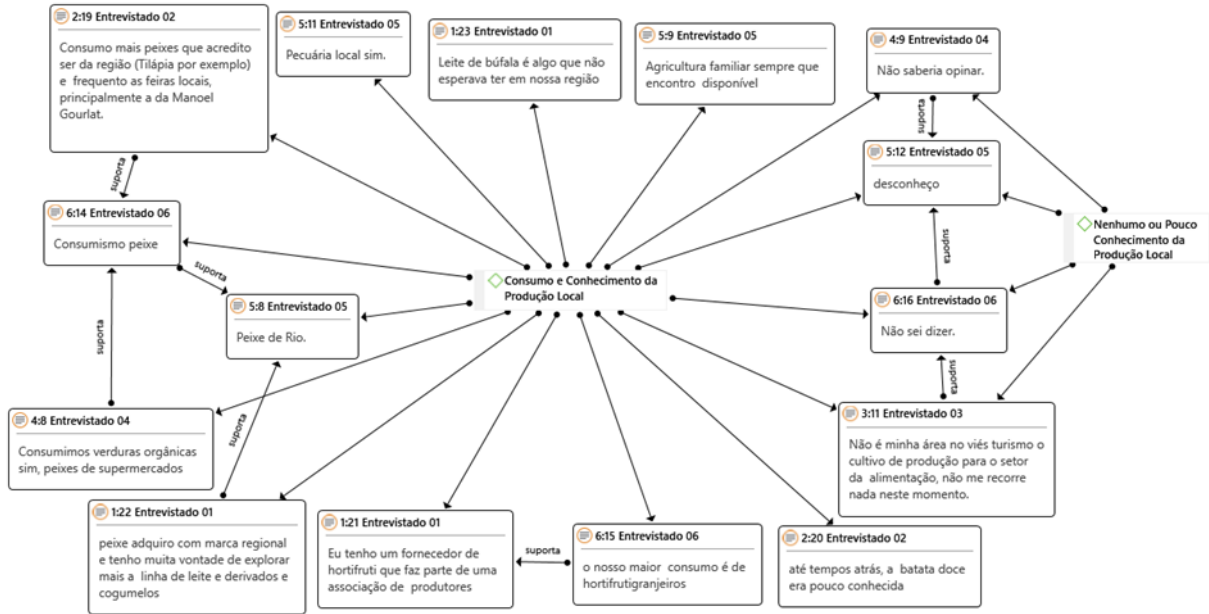
Com essa perspectiva, comparando as figuras 3 e 4, nota-se que há uma compreensão dos entes que podem fomentar a criação de uma identidade territorial gastronômica, mas que pouco ainda se atua nessa frente, com baixa participação e organização dos entes públicos e da sociedade, contrariando a maioria dos estudos científicos que ressaltam a importância dessa união (CANDIOTTO; BONETTI, 2015; MEDEIROS; PASSADOR, 2015; MEDEIROS; CUNHA; PASSADOR, 2018).

Figura 4 – Fomento para Criação da Identidade Territorial

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Dando continuidade à discussão, agora se focaliza na temática do turismo gastronômico de forma geral no Oeste Paulista (Figura 5). Dessa forma, os entrevistados relatam muito superficialmente de como isso deve acontecer, e de algumas iniciativas isoladas, mas que pouco levam a compreender que tenham um conhecimento da importância da regionalização nesse processo (BRASIL, 2013). Com iniciativas individuais, conforme é discutido na literatura, poucos incentivos e fomentos serão alcançados, além de perder os pontos positivos da atuação em cadeia (RUSCHEL, 2019).

Figura 5 – Turismo Gastronômico

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Aprofundando ainda mais sobre o conhecimento da produção e consumo local, de forma a tentar entender uma possível relação e consenso entre os entrevistados, volta-se a ressaltar a agropecuária e a psicultura com grandes potenciais, principalmente para o consumo de peixe, alimentos orgânicos nos mercados e o consumo de carne. Apesar disso, 03 dos 06 entrevistados pouco conheciam sobre a produção da região, o que demonstra que falta comunicação e propaganda dos produtos regionais no Oeste Paulista (PIRES, 2013).

Figura 6 – Consumo e Conhecimento da Produção Local

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

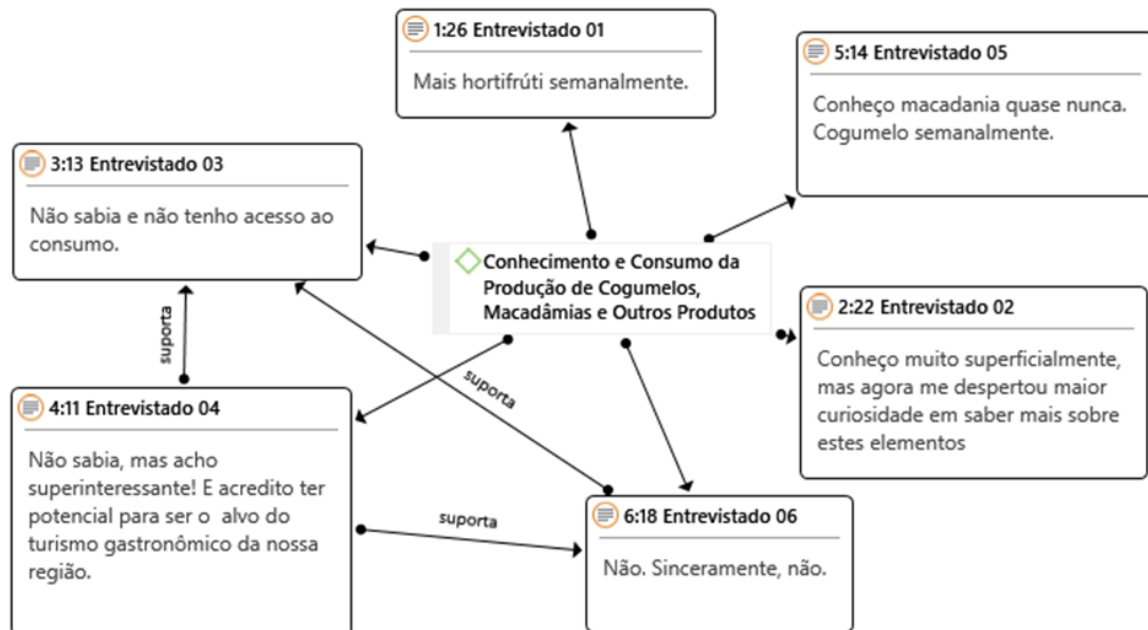
Acompanhando a figura 6, quando questionados sobre o orgulho da produção local do Oeste Paulista e suas derivações (figura 7), reforça-se a ideia da agropecuária por meio da carne bovina e batata doce. Ainda nesse sentido, desconhece-se o fato de a região ser um grande produtor nacional de cogumelos, com exceção do entrevistado 01, de forma a empoderar ainda mais as discussões anteriores, da falta de coordenação e organização entre os diferentes atores da cultura gastronômica do Oeste Paulista (CANDIOTTO; BONETTI, 2015).

Figura 7 – Orgulho da Produção Local

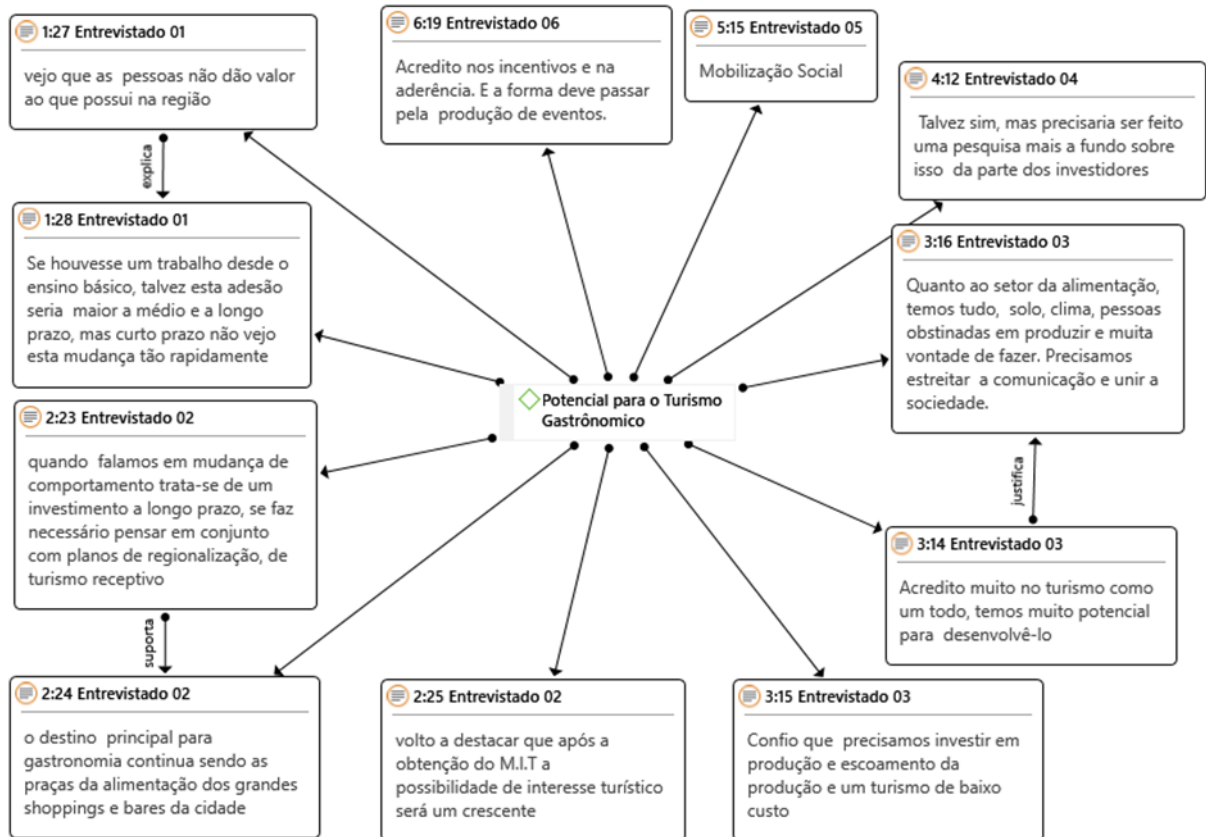
Orgulho da Produção Local
5:13 Entrevistado 05
Batata doce e Carne
3:12 Entrevistado 03
Nós temos uma produção muito grande de batata doce
1:25 Entrevistado 01
mas se fosse para citar um seria o cogumelo
6:17 Entrevistado 06
Carne de peixe e carne bovina.
4:10 Entrevistado 04
desconheço esta informação
2:21 Entrevistado 02
Tenho orgulho da nossa cultura de carne bovina e derivados da proteína.
1:24 Entrevistado 01
Tenho dificuldade ainda em encontrar aqui na região.
suporta

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Esse ponto concretiza-se na figura 8, em que a maioria dos entrevistados desconhece a importância da produção de cogumelos e macadâmias no cenário brasileiro, com exceção do pouco conhecimento dos entrevistados 05 e 02.

Figura 8 – Conhecimento e Consumo da Produção de Cogumelos, Macadâmias e Outros Produtos

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Por fim, após todo o percurso realizado, a última pergunta (figura 9) deixou em aberto aos entrevistados sobre o futuro e potencial do turismo gastronômico no Oeste Paulista. Como pode ser observado, grande parte dos entrevistados destaca o papel importante dos atores nesse processo, entre eles a mobilização social e os entes públicos (CANDIOTTO; BONETTI, 2015; MEDEIROS; PASSADOR, 2015; MEDEIROS; CUNHA; PASSADOR, 2018).

Figura 9 – Potencial para o Turismo Gastronômico

Fonte: Elaborado pelos autores (2021).

Além disso, ressalta-se a conscientização dos entrevistados de que isso é um processo a longo prazo, e que deve ser trabalhado em todas as organizações, desde as escolas e espaços públicos até a coordenação entre os entes privados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao final detectar destaca-se que o objetivo principal deste trabalho foi alcançado ao analisar os aspectos da cultura gastronômica turística do Oeste Paulista em seus diferentes pontos. Além disso, aprofundou-se de modo prático as variáveis que podem afetar o desenvolvimento desse setor, e as diferentes formas para que aconteça.

Inicialmente, vale ressaltar o grande potencial do turismo gastronômico vinculado aos produtos da agropecuária, como carne bovina e batata doce na região do Oeste Paulista, além da relação com as cidades que possuem grandes rios e balneários, como é o caso da estância de Presidente Epitácio. Por outro lado, nota-se o desconhecimento de outras culturas importantes

para o impulsionamento do turismo gastronômico, como por exemplo as macadâmias e cogumelos.

Outro ponto importante levantado neste trabalho está na falta de alinhamento entre os diferentes atores que podem afetar o desenvolvimento no Oeste Paulista do turismo gastronômico. Todos os entrevistados apontaram o potencial da região, mas que falta maior participação e articulação social, com foco nas organizações privadas e públicas desse processo.

Portanto, observa-se as contribuições deste trabalho ao aprofundar a temática do turismo gastronômico como uma das variáveis para o desenvolvimento regional, em uma região com pouca representatividade no cenário nacional deste setor, apesar de todo seu potencial. As limitações do estudo encontram-se no número de entrevistas realizadas, assim como na falta de um aprofundamento teórico com literatura internacional. Para estudos futuros propõe-se a comparação entre diferentes regiões do Brasil, com aspectos culturais, gastronômicos e turísticos divergentes.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Maria G. **Refletindo sobre o lugar turístico no global**. Fortaleza: UECE, 1998.
BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70. 2011.

BRASIL. Lei n. 2294/86, de 21 de novembro de 1986. **Exercício e a exploração de atividades e serviços turísticos**. Diário oficial da união, Brasília, 24 nov, 1986. Seção 1, página 17557 (Publicação Original).

BRASIL. **Plano Nacional de Municipalização do Turismo 2007**: diretrizes, metas e programas. Ministério do Turismo, 2007. Disponível em: www.regionalizacao.turismo.gov.br. Acesso em: 22 nov, 2019.

BRASIL. **Política Nacional de Turismo**: diretrizes e programas 1996 - 1999. Ministério da Indústria Comércio e Turismo (MICT), 1996. Disponível em: https://books.google.com.br/books/about/Pol%C3%ADtica_nacional_de_turismo_1996_1999.html?hl=pt-BR&id=hR0NAAAAYAAJ&redir_esc=y. Acesso em: 22 nov, 2019.
BRASIL. **Programa de Regionalização do Turismo**: Diretrizes. Ministério do Turismo, 2013. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/acesso-a-informacao/63-acoes-e-programas/4882-programa-de-regionalizacao-do-turismo.html. Acesso em: 22 nov, 2019.

CANDIOTTO, L. Z. P.; BONETTI, L. A. Trajetória das Políticas Públicas de Turismo no Brasil. **Revista Turismo y Desarrollo**, v. 8, n. 19, 2015.

CASCUDO, Luis C. **História da alimentação no Brasil**. 3. ed., São Paulo: Global, 2004.
COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Business research methods**. McGraw-hill: New York, 2006.

FAGLIARI, Gabriela Scuta. **Turismo e alimentação:** análises introdutórias. São Paulo: Rocca, 2005.

FERNANDES, A. S. A. Políticas Públicas: Definição evolução e o caso brasileiro na política social. In: DANTAS, Humberto; JUNIOR, José Paulo M. (orgs). **Introdução à política brasileira**. São Paulo: Paulus, 2007.

INSTITUTO NACIONAL DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL. **Indicações Geográficas Reconhecidas**. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/images/docs/lista_com_as_indicacoes_geograficas_ concedidas_05-12-2019.pdf>.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos metodologia científica**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

MEDEIROS, M. de L.; PASSADOR, J. L. Indicações Geográficas e Turismo: possibilidades no contexto brasileiro. **Perspectivas Contemporâneas**, 10(3), p.56-79, 2015.

MEDEIROS, M. de L.; CUNHA, J. A. C. da.; PASSADOR, J. L. Turismo gastronômico e desenvolvimento regional: um estudo a partir do caso do queijo minas artesanal do Serro. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 18, n. 2, p. 173-194, ago. 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **ESTUDO DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO BRASILEIRO:** serviços de alimentação. Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/SERVIxOS_DE_ALIMENTAxO.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2019.

PIRES, Maira Coeli Simões. **Memória e Arte do Queijo do Serro**: o saber sobre a mesa. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2013. p 9.

RUSCHEL, Rogério Raulpp. **O VALOR GLOBAL DO PRODUTO LOCAL**: a identidade territorial como estratégia de marketing. São Paulo: Editora Senac São Paulo – 2019. 150 p.

TRIVINOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.